
Christophe DELEU, *Le documentaire radiophonique*

Paris, Éd. L'Harmattan/Ina, coll. Mémoires de radio, 262 pages

Jean-François Tétu



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8816>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.8816](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.8816)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2013

Pagination : 297-299

ISBN : 978-2-8143-0182-5

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Jean-François Tétu, « Christophe DELEU, *Le documentaire radiophonique* », *Questions de communication* [En ligne], 24 | 2013, mis en ligne le 01 février 2014, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8816> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.8816>

Tous droits réservés

différents dans la nature, mais identiques sur le plan de la violence), « les images vidéos filmées par des citoyens avec leur téléphone mobile ont permis de saisir et de partager les moments les plus mémorables et les plus dramatiques qui ont marqué le début de ce nouveau siècle » (p. 115). Une révolution copernicienne s'est alors opérée avec l'apparition des TIC qui ont transformé en profondeur l'organisation des entreprises de presse et les conditions d'exercice du métier de journaliste : « Grâce aux outils du Web, à l'amélioration de la connectivité et aux nouveaux appareils mobiles, des fonctions de communication qui, jusqu'alors, étaient principalement contrôlées par des institutions médiatiques sont aujourd'hui à la portée de citoyens et d'organismes communautaires » (*ibid.*). Ce journalisme participatif se voit fréquemment paré d'attributs démocratiques puisque les espaces numériques sont censés être ouverts à tous.

La réalité est simultanément plus complexe et plus nuancée. Dans la pratique, les journalistes professionnels ne sont pas toujours disposés à ouvrir le processus d'élaboration de l'information aux utilisateurs car cela exige des moyens en personnel, en espace et en temps. Face à la montée en puissance du journalisme participatif, le défi consistera à trouver leur place dans une culture médiatique collaborative où le journalisme n'est pas perçu comme un métier à défendre, mais comme une pratique à partager. Avec le journalisme participatif, l'importance des réseaux et des médias sociaux dans le monde de l'information et de la communication s'est encore accrue et pose aux journalistes de nouveaux problèmes, leur fixent de nouvelles limites et de nouvelles contraintes. C'est ce qu'analyse Valérie Jeanne-Perrier (Université Paris-Sorbonne) dans le septième chapitre (pp. 133-157). L'auteure montre que « les journalistes doivent alors apprendre à maîtriser les contraintes portées par ces nouveaux intermédiaires de la production de l'information, lorsqu'ils sourcent un document, mènent une veille sur sujet, dialoguent avec leurs pairs ou leurs publics » (p. 133) en utilisant ces réseaux sociaux qui sont à la fois des sources (*crowdsourcing*) et des ressources pour les journalistes et les médias. Les journalistes recourant aux réseaux sociaux sont obligés de mobiliser des tours de mains internationaux : « Veiller, recouper, interpellier, critiquer, interagir... [...] Tous ces gestes relèvent d'un savoir-faire, d'un savoir-être et d'un savoir-faire-savoir » (p. 157).

À plusieurs égards, ce remarquable ouvrage constitue un document de référence, parce qu'il est extrêmement bien conçu, qu'il se montre très didactique et qu'il fournit de nombreux éclairages sur le journalisme en ligne et sur ses principales répercussions identitaires,

professionnelles, culturelles et économiques. Pour les étudiants, les chercheurs et les journalistes, il s'agit d'une véritable bible méthodologique, livrant des données empiriques et de nombreuses pistes de réflexion.

Alexandre Eyries

*ISM, université Nice Sophia Antipolis, F-06200
alex.eyries@yahoo.fr*

Christophe DELEU, *Le documentaire radiophonique.*

Paris, Éd. L'Harmattan/Ina, coll. Mémoires de radio, 262 p.

Le documentaire existe-t-il à la radio ? C'est à cette question redoutable que tente de répondre Christophe Deleu qui est à la fois responsable de la formation radio au Centre universitaire d'enseignement du journalisme de Strasbourg (CUEJ) et producteur délégué à France Culture depuis plus de 15 ans. Cette double appartenance à l'Université et au monde professionnel de la radio explique la double face du livre, réflexion théorique sur le « genre » radiophonique un peu introuvable qu'est le documentaire : d'une part, enquête historique sur son surgissement et ses différentes formes et, d'autre part, analyse approfondie d'une foule considérable d'émissions et du travail des producteurs et réalisateurs.

Un chapitre préliminaire de près de 25 pages, « l'étude du genre » (pp. 15-37) ancre l'ouvrage dans la question par où nous commençons. Pour tenter d'en donner une définition acceptable, Christophe Deleu s'appuie sur quatre types de réflexions : Patrick Charaudeau (notamment *Les médias et l'information*, Bruxelles, De Boeck, 2005) ; Jean-Marie Schaeffer (et non Pierre), largement sollicité et cité (*Qu'est-ce qu'un genre littéraire ?*, Éd. Le Seuil, 1989) ; Guy Lochard et Jean-Claude Soulages (*La communication audiovisuelle*, Paris, A. Colin, 1998) ; enfin, Roger Odin (*De la fiction*, Bruxelles, De Boeck, 2000). Ces auteurs permettent de fonder cette interrogation sur la théorie littéraire, bien entendu, mais aussi et surtout sur la partition des genres à la télévision, où ils sont fortement distincts dès l'origine et dont le documentaire radiophonique, tardif, s'est fortement inspiré à ses débuts.

Car le documentaire vient très tard à la radio – après la Seconde Guerre mondiale – et ne peut se construire qu'en empruntant à d'autres genres radiophoniques préexistants et en les mêlant comme il le fait avec le radioreportage, l'entretien, la causerie, plus tard devenue chronique, le débat, la lecture de textes, mais aussi la fiction et ce genre peu fréquent en France qu'est le *hörspiel* (« théâtre radiophonique »), dont l'auteur précise les parts respectives (pp. 66-84). Si

l'on veut bien considérer que, filmant la sortie des ouvriers de leurs usines, les frères Lumière ont inventé le documentaire en même temps que le cinéma, la radio a mis très longtemps à y venir. Parce que la radio est d'abord le média du direct et, pendant plusieurs décennies, un direct de studio. Autre anomalie, le documentaire radiophonique ne s'est développé qu'au sein de la radio publique, aujourd'hui sur les antennes de Radio France surtout sur France Culture, France Inter et France Bleu et, depuis 2002, sur Arte Radio, également publique – dans un tableau (pp. 83-84), l'auteur indique les principales émissions documentaires qu'il a étudiées. Au fait que France Info n'en diffuse pas, on voit bien que la radio est d'abord restée le média d'informations en direct, ce qui l'a d'abord différenciée de la presse imprimée, et ce qu'elle est restée après l'arrivée de la télévision.

Très tôt, la radio avait adopté des dispositifs que Christophe Deleu qualifie de « rudimentaires » (p. 11) et qui ont perduré, du moins sur les radios de forte audience : présence constante du représentant de la radio à l'antenne, journaliste, animateur ou producteur, qui s'adresse directement à l'auditeur ; de là vient la part considérable d'émissions construites autour de monologues (le flash d'infos en est le prototype) ou d'entretiens avec des invités : le manque d'images impose la présence d'un médiateur qui apporte les repères dont l'auditeur a besoin. Le documentaire est donc fortement minoritaire, et cela d'autant plus que, contrairement à la télévision qui a externalisé la production de ses programmes, la radio produit toujours l'ensemble de ses émissions. Mais, si l'on constate aujourd'hui une croissance du documentaire, c'est sans doute aussi l'effet du *streaming* (écoute à partir du site internet de la radio) et du *podcast* (programme téléchargé sur l'ordinateur de l'auditeur) qui ont modifié le rapport temporel à l'écoute de la radio, alors que l'enregistrement sur cassette – destiné à une écoute différée et fortement développé pour la télévision – ne s'est jamais développé à la radio. Et ce changement technique de l'écoute favorise le genre documentaire.

Pour établir la genèse du genre documentaire, d'abord, Christophe Deleu développe en deux chapitres – « La définition du documentaire radiophonique » (pp. 39-84) et « Les spécificités de l'espace sonore » (pp. 85-125) – les conditions professionnelles et techniques de son développement, ce qui ancre cette histoire dans une double culture, celle des responsables, des concepteurs et des institutions des émissions, et celle de l'instrument radiophonique et de ses contraintes techniques ou de ses possibilités. S'il est toujours difficile d'établir une

histoire de la radio dont de très nombreuses émissions n'ont pas été conservées, on en retiendra pourtant les points suivants. D'abord, le documentaire radiophonique, comme celui télévisé, poursuit une visée « explicative » du monde qui vient compléter la visée « informative » des journaux, et cela sur le mode « authentifiant » (François Jost, *La télévision du quotidien. Entre réalité et fiction*, Bruxelles/Paris, De Boeck/Ina, 2001, p. 19) bien qu'on y trouve aussi des formes des modes « ludique » – « Le documentaire poétique » (pp. 161-198) –, et fictif – « Le documentaire fiction » (pp. 207-239). Ensuite, si le « documentariste » n'appartient pas à la terminologie journalistique, les distinctions professionnelles sont assez subtiles : « À Radio France, ceux qui réalisent ces émissions sont des "chargés de réalisation" et non des "réalisateurs", terme réservé à la fiction radiophonique » (p. 54) ; cette rapide incursion dans la sociologie de la profession montre surtout la part de la subjectivité qui entre dans les catégorisations : l'auteur du documentaire est un « auteur », contrairement au journaliste (et au reportage) qui se contente d'enregistrer des « faits » (pp. 55 sqq.) ; cette distinction est intéressante en ce qu'elle permet de penser le rapport du documentaire à la fiction. En résumé, le documentaire montre une mutation des genres préexistants (pp. 79 sq.) qui s'appuie sur les ressources propres à l'espace sonore qui donne à l'auteur l'occasion d'explorer les « strates sonores », le terme de « strate » étant emprunté à Jean-Claude Soulages (pp. 89-125, avec un tableau récapitulatif p. 125).

La seconde moitié de l'ouvrage est consacrée à l'analyse d'un nombre considérable d'émissions d'hier et d'aujourd'hui, où chaque lecteur pourra retrouver ses moments privilégiés, et qui sont regroupées selon quatre catégories : le « documentaire d'interaction » (chapitre 3, pp. 127-160), « le documentaire poétique » (chapitre 4, pp. 161-198), « le documentaire d'observation » (chapitre 5, pp. 199-206) et, paradoxalement, le « documentaire fiction » (chapitre 6, pp. 207-240 – tableau récapitulatif p. 239). À eux seuls, ces quatre chapitres constituent une somme impressionnante de références où peut se lire l'héritage des grands ancêtres ou des pionniers de la radio.

Évidemment, l'origine est du côté du radioreportage qui ne comporte, au départ, qu'une voix, celle du reporter qui commente ce qu'il voit : le journaliste y occupe donc un rôle central qu'il a conservé, mais, devenant médiateur, il permet à la radio de quitter le studio pour s'immerger dans le réel et, devenant documentariste, il disparaît (même si sa parole revient plus tard, au montage, dans le studio, par l'héritage, cette fois, du documentaire cinématographique).

Quelques gros plans permettent d'affiner l'analyse comme le fait l'émission *Interception* (France Inter), qualifiée par elle-même de « magazine », qui « s'appuie sur un dispositif qui rappelle l'émission de studio : dénomination des locuteurs, traces de la médiation sonore, recontextualisation permanente, montage linéaire, absence d'autonomie des sons » (p. 141). Ainsi *Interception* apparaît-elle comme « l'ultime avatar du radio reportage d'avant guerre » (p. 143) tandis que Daniel Mermet, avec son approche résolument subjective dans *Là bas si j'y suis* (France Inter), rapproche le documentaire de la chronique et combine le contrat d'information avec un autre de divertissement.

L'apport de Roger Odin est souvent très fécond pour comprendre les distinctions que fait Christophe Deleu, grâce à lui, notamment sur la relation entre énonciateur et source dans le documentaire biographique (p. 159), et bien davantage encore dans l'articulation du documentaire et de la fiction (pp. 243 sq.). Et, naturellement, on retrouve les grands noms de l'invention radiophonique dans le documentaire « poétique » avec de grandes figures comme celle de René Farabet (et Yann Parantoën) et son *Atelier de création radiophonique* (France Culture), Sylvain Gire, etc.

L'ouvrage repose sur une bibliographie riche dans laquelle on trouve naturellement les références des ouvrages qui ont, les premiers, permis de comprendre l'univers radiophonique, Étienne Souriau, Jean Tardieu, Pierre Schaeffer, bien sûr, et, plus récemment, Hervé Glevarec, Cécile Méadel, et tant d'autres. Il reste que la radio est beaucoup moins bien connue et explorée que la presse ou la télévision, et c'est l'intérêt de l'ouvrage que de combler une sorte de page manquante, même si la tentative très insistante de définir le documentaire comme genre reste à nos yeux un peu artificielle tant le mélange des genres reste constitutif des variations du documentaire radiophonique.

Jean-François Tétu

ELICO, université Lumière Lyon 2
Jean-Francois.Tetu@univ-lyon2.fr

Pierre-Emmanuel Guigo, « *Le chantre de l'opinion* ». *La communication de Michel Rocard de 1974 à 1981*. Paris, Ina, coll. Médias histoire, 2013, 265 p.

Que la vie politique française et internationale soit, ces dernières années, de plus en plus fréquemment traversée par des pratiques communicationnelles, cela n'a échappé à personne. Pas plus que le rôle accru des hommes de l'ombre (les fameux *spin doctors* ou conseillers en communication), la dimension croissante prise par les

études d'opinion et les sondages ainsi que l'importance de l'image publique véhiculée par les personnalités politiques, image soigneusement (re)travaillée et retouchée par les conseillers en communication. Ces éléments sont tellement intégrés à la vie politique moderne qu'ils semblent être une évidence, comme si ces phénomènes avaient toujours existé. Or, il n'en est rien. La communication politique professionnelle est une activité relativement récente – comme le marketing politique auquel Philippe J. Maarek a consacré un remarquable ouvrage (*Communication et marketing de l'homme politique*, Paris, Lexis Nexis, 2007).

Si la pratique est donc peu ancienne, on peut retrouver, dans l'histoire politique française contemporaine, un jalon important de ce qui va devenir la communication politique moderne. Il s'agit de Michel Rocard qui, par ses idées et son parcours, fut un pionnier de cette nouvelle communication politique et dont on n'avait pas, jusqu'alors, mesuré l'importance dans cette histoire politique. Le principal mérite de l'ouvrage de Pierre-Emmanuel Guigo – agrégé d'histoire et doctorant à l'Institut d'études politiques de Paris – est de reconstituer une généalogie, de donner à voir le parcours significatif (même s'il est entaché d'un échec à l'élection présidentielle de 1969) d'un homme qui a fait basculer la communication politique de la gauche française dans la modernité. Ainsi que l'écrivent Alain Bergounioux (historien, inspecteur général de l'Éducation nationale) et Serge Berstein (historien, professeur émérite) dans leur avant-propos (pp. 7-9), Pierre-Emmanuel Guigo montre comment Michel Rocard, dès avant son entrée au Parti socialiste en 1974, « se soucie de son image publique et fait jouer pour la modeler un réseau de journalistes et de spécialistes de la communication. À cet égard, sa candidature à l'élection présidentielle de 1969 qui le fait connaître du grand public et met en valeur sa jeunesse, mais aussi ses idées et sa compétence, constitue un moment fort de cet action » (p. 7). Comme le montre précisément l'auteur, au lendemain de cette expérience fondatrice pour Michel Rocard, se met en place autour de l'homme politique une véritable organisation vouée à sa communication politique qui adapte à son image publique les méthodes du marketing politique. Ainsi « entouré d'une équipe constituée de politologues spécialistes des sondages, de journalistes, d'universitaires, pour la plupart issus du centre de recherches politiques de Sciences-Po, le CEVIPOF qui testent autour de lui à la fois les méthodes scientifiques qu'ils mettent en œuvre et leurs résultats, Michel Rocard va connaître une remarquable consécration médiatique » (p. 8). C'est fort de cette équipe qu'il quitte le Parti socialiste unifié et entre au Parti socialiste, alors que, simultanément, un « groupe "Image et stratégie" se préoccupe de son